



Industry
Canada

Industrie
Canada

Government
Publications

OFFICE OF CONSUMER AFFAIRS

Consumer Quarterly

Electronic Commerce: Just the Facts

Spring 2000

"Internet Shopping Booming!"

"Internet Retailers Can Look Forward to Even More Explosive Growth!"

IN THIS EDITION

Consumer Protection in
Electronic Commerce

Federal-Provincial
Action

Trustmarks and Seals

Guidelines from
the OECD

Consumer Shopping Tips

Watch Out for Scams

What's Next?

Consumers are being bombarded with headlines like these concerning the Internet and the growth of on-line shopping. "Dot-com" companies are inundating us with ads to buy goods on-line.

This edition of *Consumer Quarterly* provides information on public and private sector initiatives to protect consumers both nationally and internationally, and tips to safely shop on-line.

Shopping On-line During the Holidays ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

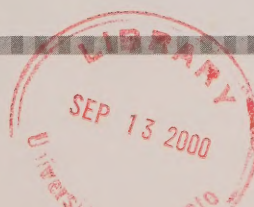
According to an ACNielsen poll, 50 percent of Canadians now have access to the Internet, and approximately 25 percent of those people have bought something on-line. The Christmas season provided a great opportunity to look at Canadians' shopping habits on the Internet. According to studies of the 1999 shopping season, 10 percent of Canadians with access to the Internet did some form of on-line shopping and together spent approximately \$627 million. That's up considerably from the \$150 million Canadians spent on-line during the 1998 holiday season. The on-line shoppers tended to purchase "low-risk" items: books (34 percent), recorded music (18 percent), toys (22 percent) and clothing (19 percent). The average amount per purchase was \$50 and the average total purchase was \$100. Only a small number of on-line shoppers, about 7 percent, spent more than \$1000. Almost 60 percent of people shopping

on-line during the holidays found it to be a positive experience and only a small number said they found it to be negative.

It seems as though more Canadians are buying and spending on-line than ever before, but consumers are still worried about something going wrong with transactions. ACNielsen's survey found that 67 percent of Canadian Internet users are worried about the security of their credit card numbers, 59 percent about what would happen if the purchase went wrong, 54 percent about being able to verify information about the merchant, 51 percent about the privacy of personal information and 50 percent about getting useful product information. However, government, business and consumer representatives, both in Canada and around the world, are working to make the Internet a safer place to shop.



20%
recycled material



Canada

Consumer Protection in Electronic Commerce

Since last fall, several groups have taken important steps toward on-line consumer protection in Canada. In November, Canadian governments, business and consumer associations released a set of principles for the protection of consumers shopping on the Internet. *Principles of Consumer Protection for Electronic Commerce: A Canadian Framework* outlines steps that governments, businesses and consumer associations should follow to make sure that Canadian Web sites are safe for consumers. This document is unique because it was developed and agreed to by government, business and consumer associations.

The Canadian Association of Internet Providers and the Canadian Marketing Association already have codes of conduct consistent with the principles. Other associations are considering using the principles to develop codes of practice for on-line merchants.

Along with the principles, the working group also developed two educational documents — one for consumers (see page 3) and one for merchants — to help everyone make the most of their on-line shopping experience.

Federal-Provincial Action

Also in November 1999, the federal and provincial ministers responsible for consumer affairs agreed to update consumer protection laws to deal with the realities of the electronic marketplace. The legislative changes include provisions to allow the use of electronic signatures. They will also ensure that consumers have sufficient information to make an informed decision and can withdraw from transactions without penalty if suppliers fail to deliver goods within a reasonable amount of time.

Canadian Principles

The principles call for the following:

- clear information, in plain language, about a business's identity, the goods and services it offers, and the terms and conditions of sale;
- a straightforward process for buying — in other words, clear steps for the consumer to follow when buying an item;
- security and protection of personal and financial information;
- restrictions on the use of mass marketing e-mail;
- a fair balance of liability between the merchant and consumer if there are problems with a transaction; and
- timely and affordable means of complaint handling and redress.

Trustmarks and Seals

If you've done any shopping on the Internet, you may have noticed that some on-line merchants use seals of approval. Much like the Canadian Automobile Association (CAA) allowing a garage to use the CAA logo when the garage meets the CAA standard, on-line seal programs "certify" Web sites so consumers know if a merchant is reliable or not. Seals such as BBB On-line (run by the U.S. Better Business Bureau) and WebTrust of the Canadian Institute of Chartered Accountants are now being used on the Internet. The provincial consumer protection office in Quebec is working with the province's standards board

to develop a standard for consumer protection in electronic commerce that would be based on the Canadian principles. As well, the Canadian E-business Roundtable, a private sector initiative whose objective is to promote electronic commerce in Canada, has recommended setting up a Canadian consumer protection mark and a forum for dispute resolution. All of these initiatives result from the fact that shoppers want more certainty about the protection they can expect when shopping online. The challenge is to ensure that all seal programs guarantee a consistent level of good business practice.

Guidelines from the OECD

Because the Internet allows you to visit any Web site around the world, consumer protection has to be international. In December 1999, the Organisation for Economic Co-operation and Development

(OECD) released its *Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce*. The working party that developed these guidelines was chaired by Canada.

The guidelines will play an important role in helping governments, businesses and consumer associations develop and implement systems to protect consumers shopping on-line. OECD Secretary-General Donald Johnston has said, "Without consumer confidence, electronic commerce will never realize its much-vaunted potential, no matter how good the technology becomes. The guidelines provide practical guidance to help foster this confidence on-line." The guidelines emphasize the need for cooperation among governments, businesses and consumers at both the national and international levels, and cover most of the same issues that the Canadian principles do.

Consumer Shopping Tips

Whether you're a novice or a seasoned on-line shopper, there are things that you take for granted at your local store that may be a concern when you shop on the Internet. Here are some tips that will help you shop on-line with confidence:

- Know the merchant you're dealing with.
- Look for detailed product information.
- Read the contract's terms and conditions and print or save them.
- Check for quality assurance certificates or seals and verify what they guarantee.
- Verify that the merchant has a fair and clear process for handling complaints.
- Ensure that you're comfortable with the merchant's purchasing process and that you know how to cancel your order.
- Make sure the merchant has a secure transaction system to protect your financial information.
- Review the merchant's policy for protecting personal information.
- Remember, buying internationally involves more risk: check that products meet Canadian safety standards; know how much money you're willing to risk if something goes wrong; and check the guarantee and what currency is being used for pricing.
- Be on guard against mass market e-mail.
- Educate yourself and your children about controlling personal information.
- Be very careful when using on-line auctions; never send cash to anyone that you have made a deal with on an auction site based on a promise of delivery.
- Watch out for hidden costs — shipping and handling charges can be very high.

OECD Guidelines

The guidelines call for the following:

- fair business, advertising and marketing practices;
- clear information about an on-line business's identity, the goods or services it offers, and the terms and conditions of any transaction;
- a clear process for the confirmation of sales;
- secure payment mechanisms;
- a fair, timely and affordable way for resolving disputes;
- privacy protection; and
- consumer and business education.

If you would like more detailed information on how to protect yourself on-line, visit the Office of Consumer Affairs Web site, Consumer Connection (<http://consumerconnection.ic.gc.ca>). There you can download a copy of *Shopping on the Internet: Get Informed*, a booklet of on-line shopping tips for consumers.

Watch Out for Scams

Here are some of the scams you'll see on-line and in mass unsolicited e-mail (known as spam).

“How To Make \$\$\$\$MONEY\$\$\$ Without Leaving Your House!!!”

"OFFSHORE WEALTH!"

“Free, No Obligation Mortgage Quotes!!”

"Free, No Repay Cash Grants, Up To \$50 000."

Because the Internet offers quick access to a large audience at low cost, there is no shortage of people using it to make a fast buck at the expense of the unwary. Be especially aware of the following:

- any offer that sounds too good to be true;
- any site that asks you to send personal or financial information before disclosing an offer;
- promises of a valuable prize in return for a low-cost purchase;
- any offer that includes pressure to send money to take advantage of a special deal;
- any loan offer where you are required to send money as a condition of obtaining the loan; and
- investment schemes — don't invest without carefully checking the investment, product, service and investor.

Internet Fraud Is International!

Check the following sites to stay up to date on the latest scams in Canada and the United States:

Competition Bureau, Industry Canada	http://competition.ic.gc.ca
Ontario Provincial Police Phonebusters	http://www.phonebusters.com
RCMP	http://www.rcmp-grc.gc.ca/html/scams.htm
Better Business Bureau (Canada and the U.S.)	http://www.bbb.org/alerts/index.html
Federal Trade Commission (U.S.)	http://www.ftc.gov/bcp/menu-internet.htm
National Fraud Information Center (U.S.)	http://www.fraud.org

FOR FURTHER INFORMATION

■ about consumer protection, contact Colin Barry, Consumer Policy Analyst
E-mail: barry.colin@ic.gc.ca
Tel.: (613) 952-2771

■ about *Consumer Quarterly*, contact Cathy Enright, Office of Consumer Affairs
E-mail: enright.cathy@ic.gc.ca
Tel.: (613) 952-3466

Or write to:

Office of Consumer Affairs
Industry Canada
9th Floor, East Tower
235 Queen Street
Ottawa ON K1A 0H5

Fax: (613) 952-6927

Consumer Quarterly is also available on Consumer Connection, the Office of Consumer Affairs' home page on *Strategis*, Industry Canada's business information Web site:

English
<http://consumerconnection.ic.gc.ca>

French
<http://carrefourdesconsommateurs.ic.gc.ca>

© Her Majesty the Queen in Right of Canada (Industry Canada) 2000

ISSN 1206-9744

53109B

What's Next?

In Canada

More and more on-line merchants are using certification systems to show consumers that they are reliable. However, there are many different types of seals being used on the Internet and it is becoming difficult to tell which ones meet the accepted standard that the Canadian principles have set out. Over the next year, the group that developed the Canadian principles will be looking at ways to increase the adoption of the principles in the electronic marketplace so that consumers are clear when they are dealing with reputable on-line merchants.

Internationally

Other countries, such as the United States, Australia and the United Kingdom, are also trying new methods to protect consumers on-line. For example, Trust UK is a non-profit organization set up with the support of the government of the United Kingdom to enable consumers to buy on-line with confidence. When a consumer sees the Trust UK symbol on a Web site, it means that the company showing the symbol is complying with a Trust UK Code of Practice.

Australia will soon be unveiling a best practices model as part of a strategy to enhance consumer protection and consumer confidence in

on-line transactions. Once completed, the model may be adopted by relevant industry associations as well as individual businesses. It is expected that a final version of the model will be released this spring.

The countries that developed the OECD guidelines realize that it is very important that they coordinate their work and implement the guidelines in the same way so that consumers can shop anywhere and not have problems. These countries met in March 2000 in Paris to discuss how to promote consumer education and ways of encouraging the implementation of the international guidelines.

An important challenge internationally is the issue of jurisdiction. If a consumer buys an item from a merchant in another country and something goes wrong, in whose court and with whose law will a solution be found? This issue will be a very important topic of discussion at the international level. A partial solution may be the use of alternative dispute resolution mechanisms in which both the consumer and the merchant agree to work with a mediator or arbitrator to resolve the problem. However, consumers will still need access to the courts for disputes involving, for example, personal injury, in which the value of settlements can be large.

La fraude dans Internet est sans frontières

Allez aux sites suivants pour connaître les dernières escroqueries au Canada et aux États-Unis :

Bureau de la concurrence, Industrie Canada
 Phonebusters de la Police provinciale de l'Ontario
 GRC
 Better Business Bureau du Canada et des États-Unis
 Federal Trade Commission des États-Unis
 National Fraud Information Center des États-Unis
 (http://www.ftc.gov/bcp/menu-internet.htm);
 (http://www.bbb.org/alerts/index.html);
 (http://www.rcmp-grc.gc.ca/trames/grc-rcmp1.htm);
 (http://www.phonebusters.com);
 (http://compedition.ic.gc.ca);
 (http://www.fraud.org).

À quoi s'attendre?

en direct. Une fois mis au point, le

modèle pourrait être adopté par des associations industrielles intéressées

ainsi que des entreprises individuelles.

La version définitive du modèle devrait

être lancée au printemps.

Les pays qui ont élaboré les lignes

directrices de l'OCDE connaissent

l'importance de la concertation et de

l'application uniforme des lignes direc-

trices pour que le consommateur puisse

magasiner n'importe où sans problème.

Ces pays se sont réunis en mars 2000

à Paris pour discuter des moyens à

prendre pour sensibiliser les consom-

mateurs et encourager l'application

des lignes directrices internationales.

La question de compétence juridi-

que est un important enjeu à l'échelle

internationale. Si un consommateur

achète un article d'un marchand à

l'étranger et que des problèmes sur-

viennent, quelles lois s'appliqueront et

quel sera le tribunal compétent? Ce

sera là un sujet de discussion brûlant à

l'échelle internationale. Une solution

partielle pourrait être le recours au

règlement extrajudiciaire des diffé-

rends dans le cadre duquel le consom-

mateur et le marchand conviennent

d'avoir recours à un médiateur ou à un

arbitre pour trouver une solution au

problème. Toutefois, les consumma-

teurs devront encore s'en remettre aux

tribunaux pour les différends compor-

tant, par exemple, des blessures cor-

porelles, où la valeur des règlements

peut être élevée.

Au Canada

De plus en plus de magasins virtuels

ont recours à un système de certifica-

tion pour convaincre les consumma-

teurs de leur fiabilité. Toutefois, on

relève de nombreux types de sceaux

difficile de savoir lesquels répondent

aux normes canadiennes. Au cours de

la prochaine année, le groupe qui a

élaboré les principes sous-tendant les

normes étudiera la façon d'intégrer

l'adoption des principes dans le com-

merce électronique de sorte que les

consommateurs puissent savoir qu'ils

font affaire avec un commerçant

électronique digne de foi.

À l'étranger

D'autres pays, tels que les États-Unis,

l'Australie et le Royaume-Uni, mettent

également à l'essai de nouveaux méca-

nismes de protection des consumma-

teurs en ligne. Par exemple, Trust UK

est un organisme sans but lucratif créé

avec l'appui du gouvernement du

Royaume-Uni pour permettre aux

consommateurs d'acheter en toute

confiance dans Internet. Lorsque

le consommateur voit le symbole

Trust UK sur le site Web, il sait que

la société se conforme au code de

pratique de l'organisme.

L'Australie dévoilera sous peu un

modèle des meilleures pratiques dans

le cadre d'une stratégie visant à amé-

liorer la protection et la confiance des

consommateurs lors de transactions

POUR EN SAVOIR
DAVANTAGE

■ Au sujet de la protection des

consommateurs, communiquer

avec Colin Barry, analyste des

politiques en consommation

Courriel : barry.colin@ic.gc.ca

Tél. : (613) 952-2771

■ Au sujet du *Bulletin trimestriel*

sur la consommation, commu-

iquer avec Cathy Enright,

Bureau de la consommation

Courriel : enright.cathy@ic.gc.ca

Tél. : (613) 952-3466

■ Ou écrire au :

Bureau de la consommation

Industrie Canada

9^e étage, tour Est

235, rue Queen

Ottawa (Ontario) K1A 0H5

Télé. : (613) 952-6927

Le *Bulletin trimestriel* sur la

consommation est également

affiché au Carrefour des consom-

mateurs, page d'accueil du

Bureau de la consommation sur

Stratis, site Web d'Industrie

Canada sur les affaires.

En français :

[http://carrefourdesconsommateurs.](http://carrefourdesconsommateurs.ic.gc.ca)

ic.gc.ca

En anglais :

<http://consumerconnection.ic.gc.ca>

© Sa Majesté la Reine du chef du

Canada (Industrie Canada) 2000

ISSN 1206-9744

53109B

Les lignes directrices

- Les lignes directrices préconisent ce qui suit :
- des pratiques de commerce, de publicité et de marketing équitables;
- des renseignements clairs sur les commerces en direct, les biens et services qu'ils offrent et les conditions de toutes les transactions;
- un processus clair pour la confirmation des ventes; des mécanismes de paiement sécurisés;
- un moyen équitables, en temps opportun et à prix abordable, de règlement des différends;
- la protection des renseignements personnels;
- l'éducation des consommateurs et des entreprises.

Si vous souhaitez obtenir des renseignements plus détaillés sur la façon de vous protéger en ligne, allez au site Web du Bureau de la consommation, le Carrefour des consommateurs (<http://carrefourdesconsommateurs.ic.gc.ca>). Vous pourrez télécharger un exemplaire de *Magasiner dans Internet : renseignez-vous*, un recueil de conseils sur le magasinage en ligne à l'intention des consommateurs.

Gare aux escroqueries

Voici quelques escroqueries que vous verrez en ligne et dans les offres transmises par multimedias :

« Comment faire \$\$\$ FORTUNE \$\$\$ à domicile! »

« LA RICHESSE HORS FRONTIÈRE »

« Estimation d'hypothèque gratuite, sans obligation »

« Subvention en espèces pouvant atteindre 50 000 \$, sans remboursement »

Parce qu'Internet offre un accès rapide et bon marché à un vaste public, bien des gens l'utilisent pour faire « un coup d'argent » aux dépens des imprudents. Méfiez-vous tout particulièrement de ce qui suit :

- toute offre qui semble trop belle pour être vraie;
- tout site qui vous demande de divulguer des renseignements personnels ou financiers avant d'afficher une offre;
- des promesses d'un prix de grande valeur en retour d'un achat bon marché;
- toute offre où l'on insiste pour que vous envoyiez de l'argent avant de pouvoir profiter d'une bonne affaire;
- toute offre de prêt dans laquelle on demande que vous envoyiez de l'argent pour obtenir le prêt;
- des stratégies d'investissement — n'investissez pas sans vérifier avec soin l'investissement, le produit, le service et l'investisseur.

Conseils de magasinage

s'inspireront abondamment des lignes directrices pour élaborer et instaurer des systèmes de protection des acheteurs en ligne. Le secrétaire général de l'OCDE, Donald Johnston, a affirmé que sans la confiance des consommateurs, le commerce électronique ne réaliserait jamais ses généreuses promesses, peu importe la qualité de la technologie. À son avis, les lignes directrices aident à asseoir cette crédibilité en ligne. Elles insistent sur le besoin de concertation entre les gouvernements, les entreprises et les consommateurs, aux niveaux national qu'international, et portent sur la plupart des questions qu'abordent les principes canadiens.

Que vous soyez un acheteur en ligne néophyte ou chevronné, vous tenez pour acquises certaines choses dans un magasin, mais qui vous inquiètent lorsque vous magasinez dans Internet. Voici quelques conseils pour vous aider à magasiner en toute confiance dans Internet :

- Faites affaire avec des marchands connus.
- Essayez de trouver des renseignements détaillés sur les produits.
- Lisez les conditions du contrat, et imprimez-les ou sauvegardez-les.
- Vérifiez les certificats ou les sceaux d'assurance de la qualité, et ce qu'ils garantissent.

Assurez-vous que le marchand offre des mécanismes clairs et équitables de traitement des plaintes. Assurez-vous que les modalités d'achat offertes par le marchand vous conviennent et que vous savez comment annuler votre commande.

Assurez-vous que le marchand a un système de sécurité protégeant vos renseignements financiers. Examinez la politique du marchand en matière de protection des renseignements personnels. N'oubliez pas que les achats à l'étranger comportent davantage de risques : assurez-vous que les produits répondent aux normes de sécurité canadiennes; déterminez combien d'argent vous êtes prêt à risquer si quelque chose tourne mal; vérifiez la garantie et les devises utilisées pour exprimer les prix.

Méfiez-vous du multimedias. Apprenez comment contrôler vos renseignements personnels et montrez à vos enfants comment le faire. Soyez très circonspect dans les ventes aux enchères en ligne; n'envoyez jamais d'espèces à une personne avec qui vous avez conclu une entente sur une simple promesse de livraison. Prenez garde aux frais occultes — les frais de livraison et de maintenance peuvent être très élevés.

Commerce électronique et protection des consommateurs

Outre les principes, le groupe de travail a également produit deux documents de sensibilisation — l'un pour les consommateurs (page 3) et l'autre pour les marchands — afin que chacun puisse tirer le meilleur parti possible du magasinage en ligne.

Mesures fédérales-provinciales

L'Association canadienne des fournisseurs Internet et l'Association canadienne du marketing se sont déjà dotées de codes de conduite conformes à ces principes. D'autres associations songent à s'en inspirer pour rédiger des codes de pratique à l'intention des marchands qui font du commerce électronique.

Toujours en novembre 1999, les ministres fédéral et provinciaux chargés de la consommation ont convenu de modifier les lois sur la protection du consommateur dans l'optique du commerce électronique. De nouvelles dispositions permettront le recours aux signatures électroniques. Elles garantiront également que les consommateurs auront suffisamment de renseignements pour prendre une décision éclairée et pourront mettre un terme à une transaction sans pénalité si le fournisseur ne livre pas la marchandise dans un délai raisonnable.

Sceaux et marques de confiance

De plus, la Canadian E-business Roundtable, une initiative du secteur privé qui cherche à faire la promotion du commerce électronique au Canada, a recommandé la création d'une marque de protection des consommateurs canadiens et d'une tribune pour le règlement des différends. Toutes ces initiatives découlent du fait que les acheteurs veulent plus de certitudes quant à la protection dont ils jouissent lorsqu'ils magasinent en ligne. Le défi est de veiller à ce que tous les programmes de sceaux garantissent uniformément des bonnes pratiques commerciales.

Depuis l'automne, plusieurs groupes ont adopté des mesures rigoureuses pour protéger les consommateurs canadiens en ligne. En novembre, des représentants des gouvernements, des entreprises et des associations de consommateurs du Canada ont publié une série de principes pour protéger les consommateurs dans Internet. Les principes régissant la protection des consommateurs dans le commerce électronique — *Le cadre canadien* — présentent les mesures que ces intervenants devront prendre pour assurer la sécurité des consommateurs sur les sites Web canadiens. Ce document est unique en ce qu'il a été élaboré et accepté par les gouvernements, les entreprises et les associations de consommateurs.

Les principes

Les principes préconisent ce qui suit :

- des renseignements précis, en langage clair, sur l'entreprise, les biens et services qu'elle offre et les conditions de vente;
- un mécanisme d'achat transparent — en d'autres mots, des étapes bien définies pour l'achat d'un article;
- la sécurité et la protection des renseignements personnels et financiers;
- des limites à l'utilisation du courriel commercial non sollicité;
- un juste équilibre entre les responsabilités du marchand et celles du consommateur en cas de problème;
- des moyens d'accès, au moment opportun et à un coût abordable, à des recours et à des mécanismes de traitement des plaintes.

Parce qu'Internet vous permet de consulter n'importe quel site au monde la protection des consommateurs doit avoir une portée internationale. En décembre 1999, l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) a publié ses

Lignes directrices de l'OCDE

Pour peu que vous ayez magasiné dans Internet, vous aurez remarqué que certains marchands utilisent des sceaux d'approbation. À l'instar de l'Association canadienne des automobilistes (CAA), qui permet à une station-service d'utiliser le logo de la CAA si elle respecte les normes de l'association, les programmes d'affichage de sceaux dans Internet « agréent » les sites Web pour que les consommateurs sachent si un marchand est fiable ou non. Les sceaux de BBB On-line (administrés par le Better Business Bureau des États-Unis) et WebTrust, de l'Institut canadien des comptables agréés, sont déjà utilisés dans Internet. L'Office de protection du consommateur du Québec collabore avec le Bureau de

Lignes directrices régissant la protection du consommateur dans le contexte du commerce électronique. Le Canada présidait le groupe de travail qui a rédigé le document. Les gouvernements, les entreprises et les associations de consommateurs

Bulletin trimestriel sur la consommation

Commerce électronique : des faits éloquentes

Printemps 2000

« Croissance phénoménale du commerce électronique! »
« Les détaillants s'attendent à une explosion des ventes en direct! »

On bombarde les consommateurs de manchettes de ce genre concernant Internet et la croissance du commerce en direct. À grand renfort de publicité, les entreprises « point-com » tentent de nous convaincre d'acheter en ligne.

Cette édition du *Bulletin trimestriel sur la consommation* présente des renseignements sur les initiatives prises par les secteurs public et privé pour protéger les consommateurs, au pays et à l'étranger, ainsi que des conseils sur la sécurité du magasinage dans Internet.

Achats en ligne durant les fêtes

Selon un sondage ACNielsen, la moitié de la population canadienne a désormais accès à Internet, et environ le quart y a commandé quelque chose. Le temps des Fêtes est le moment indiqué pour étudier les habitudes d'achat des internautes canadiens. En 1999, 10 p. 100 des Canadiens branchés à Internet ont acheté pour environ 627 millions de dollars de marchandises, ce qui est de loin supérieur aux 150 millions de dépenses en 1998. Ces acheteurs ont tendance à privilégier les articles à « faible risque » : des livres (34 p. 100), des disques ou cassettes (18 p. 100), des jouets (22 p. 100) et des vêtements (19 p. 100). La transaction moyenne s'élevait à 50 \$ et le total moyen des achats, à 100 \$. Seule une fraction des acheteurs (environ 7 p. 100) ont dépensé plus de 1 000 \$. Près de 60 p. 100 ont trouvé les achats en direct au temps des Fêtes agréables et très peu avaient des critiques.

Il semble que plus en plus de Canadiens achètent et dépensent en ligne, mais qu'ils se méfient encore des éventuelles embûches, comme le confirment d'ailleurs le sondage d'ACNielsen. Les internautes canadiens s'inquiètent de diverses choses : 67 p. 100 craignent pour la sécurité de leurs numéros de cartes de crédit; 59 p. 100 s'interrogent sur les conséquences d'un achat problématique; 54 p. 100 voudraient pouvoir se renseigner sur le marchand; 51 p. 100 craignent pour la protection de leurs renseignements personnels; et 50 p. 100 voudraient obtenir des renseignements sur le produit. Toutefois, les représentants des gouvernements, des entreprises et des consommateurs, tant au Canada qu'à l'étranger, travaillent à faire d'Internet un marché plus sécuritaire.

DANS CE
NUMÉRO

Commerce électronique
et protection des
consommateurs

Mesures fédérales-
provinciales

Siteaux et marques
de confiance

Lignes directrices
de l'OCDE

Conseils de magasinage

Gare aux escroqueries

À quoi s'attendre?

